

Challenges of the creative and cultural industries ecosystem and effective strategies to address them

Fatemeh Derakhshan , Assistant Professor of Sociology. Allameh Tabataba'i University, Tehran, Iran. Email: f_derakhshan@atu.ac.ir

Extended Abstract

Introduction: Over the past two decades, global economic growth has increasingly focused on high value-added industries, particularly cultural and creative industries (CCIs). Cultural industries, a subset of creative industries, produce goods and services rooted in cultural and artistic methods. Creative industries, however, encompass a broader range of products, such as advertisements and software, which require significant creativity but are not strictly cultural. Both sectors involve the production and support of goods and services that rely on creativity, blending cultural, artistic, and commercial elements. These industries play a vital role in modern economies by generating revenue and fostering innovation. Creative and cultural industries grow under the influence of cultural, economic, and political factors, providing a suitable ecosystem for socio-economic development. Nevertheless, challenges such as budget shortages, flawed policymaking, and weak global competitiveness have hindered the progress of these industries in Iran. Establishing appropriate policies and government support through resource allocation, subsidies, and intellectual property laws plays a key role in the development of cultural and creative industries. These industries require research and development, education, and digital transformation for growth. Collaboration and networking also contribute to innovation and competitiveness. Effective marketing and international events are crucial for the success of these industries. In summary, supportive laws, education, investment, technology, networking, and marketing are among the core elements of the ecosystem for cultural and creative industries. The aim of this study is to identify the challenges of the creative and cultural industries' ecosystem in Iran and propose solutions to address them. This research is conducted through interviews with experts and professionals in various fields such as cultural economics, gaming, animation, and toys, seeking to answer the question of what challenges exist in this domain and how they can be resolved.

Methods: This study aimed to investigate the challenges of the ecosystem of cultural and creative industries and propose solutions, using a qualitative approach and semi-structured interviews with experts. The interviewees were selected as representatives of specialized groups in the fields of animation and gaming. Sampling was conducted through purposive and snowball methods, with 15 participants, including professors, managers, producers, and cultural and artistic activists, chosen for the study. The data from the interviews were analyzed using thematic

analysis in MAXQDA software. This process included coding, categorization, and extraction of main themes. To ensure the validity of the research, the researcher continuously engaged with the data and theoretical foundations and reviewed the findings with experts. The reliability of the findings was confirmed using Miring's method, which indicated that 95% of the categorizations were approved by the experts.

Results: Iran's creative and cultural industries face numerous challenges, including ineffective policies due to policymakers' lack of understanding, overlapping governance, and insufficient long-term planning. Weak intellectual property laws, complex bureaucracy, and limited financial support hinder growth, while educational shortcomings and a lack of interdisciplinary skills reduce competitiveness. Marketing struggles, poor global presence, and inadequate networking further limit opportunities. Digital challenges, such as poor internet infrastructure and weak e-commerce systems, also restrict online activities. Proposed solutions include establishing a unified governing body, reforming intellectual property laws, offering tax exemptions, and improving education and training. Enhancing digital infrastructure, creating online platforms for collaboration, and investing in marketing and networking are also recommended to boost Iran's cultural and creative industries.

Discussion: The creative and cultural industries ecosystem is a network of individuals, organizations, institutions, infrastructure, and resources that collaborate to create, develop, and promote innovative and cultural activities. This system enhances cultural identity, economic value, and social development through creativity and innovation. Key features include collaboration among sectors, fostering new ideas, job creation, and strengthening cultural capabilities. It also enables countries to leverage their cultural heritage as a source of soft power internationally. In Iran, this ecosystem faces challenges such as insufficient financial support, weak intellectual property rights, inadequate digital infrastructure, lack of specialized training, restrictive regulations, and limited access to global markets. These issues hinder the growth and sustainability of industries like gaming and animation. Experts emphasize the need for clear policies, financial incentives, improved digital infrastructure, effective intellectual property laws, and international collaboration. Key solutions include revising government policies, providing financial support, enhancing digital and technological infrastructure, offering specialized training, and fostering international partnerships. Strengthening public awareness and promoting local culture can also drive growth. Despite challenges, strategic planning and supportive policies can unlock the potential of these industries, contributing to Iran's cultural, economic, and social development.

Keywords: Ecosystem, Creative Industries Ecosystem, Creative and Cultural Industries, Cultural Policy, Cultural Economics.

چالش‌های زیست‌بوم صنایع خلاق و فرهنگی و راهبردهای موثر بر رفع آن

فاطمه درخشان^۱

چکیده

در رویکرد غالب در توسعه، مسیر رشد از تولید و تمرکز بر صنایع با ارزش افزوده بالا نظیر صنایع خلاق و فرهنگی می‌گذرد. صنایع خلاق و فرهنگی تحت یکسری مولفه‌های محیطی اعم از فرهنگی، اقتصادی و سیاسی رشد می‌یابند که از آن با عنوان زیست‌بوم یاد می‌شود. زیست‌بوم خلاق محیطی مبتنی بر سرمایه‌های خلاق و فرهنگی است و به شبکه‌ای از افراد، سازمان‌ها، نهادها، زیرساخت‌ها و منابع اطلاق می‌شود که به صورت یکپارچه برای ایجاد، توسعه و ترویج فعالیت‌های خلاقانه و فرهنگی با یکدیگر همکاری می‌کنند. امروزه صنعت بازی‌سازی و انیمیشن از مهم‌ترین منابع غنی خلق ارزش فرهنگی و اقتصادی شناخته شده؛ به همین دلیل بسیاری از سیاست‌گذاران به اهمیت پیشرو بودن این صنایع آگاهی یافته و با شناخت چالش‌ها و ظرفیت‌های موجود در زیست‌بوم آنها، در پی سیاست‌گذاری جهت رفع چالش‌ها هستند. لذا هدف این مقاله شناسایی چالش‌ها و مسائل زیست‌بوم صنایع خلاق و فرهنگی از جمله انیمیشن و بازی‌سازی در ایران و ارائه راهکارهای سیاستی برای رفع آن با رویکرد کیفی و از طریق نمونه‌گیری هدفمند و مصاحبه با ۱۵ نفر از متخصصین و فعالان این حوزه است. نتایج شامل دو بخش چالش‌های زیست‌بوم خلاق و فرهنگی و راهکارهای رفع آنهاست. چالش‌های زیست‌بوم صنایع خلاق و فرهنگی در ایران توسط متخصصین در قالب ۸ مضمون اصلی شناسایی که شامل چالش‌های حوزه سیاستی، قانونی، سرمایه‌گذاری، آموزش، بازاریابی، همکاری‌های بین‌المللی، شبکه‌سازی و ضعف در زیرساخت‌های فناوری می‌باشد. همچنین برای بهبود وضعیت نیز در مورد هر یک از این حوزه‌ها راهکارهای مشخصی پیشنهاد گردیده است.

واژگان کلیدی

زیست‌بوم، زیست‌بوم صنایع خلاق، صنایع خلاق و فرهنگی، سیاست‌گذاری فرهنگی، اقتصاد فرهنگ.

مقدمه

در دو دهه اخیر، رویکرد غالب در توسعه این است که مسیر رشد، چه در سطح خرد و چه کلان برای کشورها، از تولید و تمرکز بر صنایع با ارزش افزوده بالا می‌گذرد. به این ترتیب عصر اقتصاد خام‌فروشی و تک‌محصولی مدت‌هاست که سپری شده و کشورهای دارای اقتصاد دانش‌بنیان، پژوهش‌ها، حمایت‌ها، سرمایه‌ها و کسب‌وکارهای خود را به سمت صنایع با ارزش افزوده بالا سوق می‌دهند. امروزه، صنایع فرهنگی و خلاق^۱ (CCIs) را می‌توان از مهم‌ترین صنایع با ارزش افزوده بالا برشمرد. طبق گزارش برنامه توسعه سازمان ملل، صنایع خلاق سالانه بیش از ۲ تریلیون دلار درآمد ایجاد کرده و تقریباً ۵۰ میلیون نفر از مردم جهان در این بخش مشغول به کار می‌باشند. افراد شاغل در این حوزه غالباً در بازه سنی ۱۵ تا ۲۹ ساله و به عبارتی گروه سنی جوان قرار دارند و نیمی از آنان را زنان تشکیل می‌دهند (United Nation, 2022). در حالی که در دنیا، سهم صنایع خلاق و فرهنگی در اقتصاد ۱۰ درصد است، سهم این صنایع در ایران به کم‌تر از یک درصد (پایین‌تر از ۴ میلیارد دلار^۲) می‌رسد (نمافر، ۱۴۰۳). این وضعیت نشان می‌دهد که با وجود منابع و ذخایر غنی فرهنگی و نیروی انسانی آموزش‌دیده و متخصص و سایر ظرفیت‌های موجود، سهم ایران در این بخش از اقتصاد بسیار ناچیز و نزدیک به صفر است که نشان‌دهنده ضریب نفوذ کم در عرصه جهانی در حوزه نرم نیز می‌باشد.

در دنیای امروز، خلاقیت و نوآوری که در دل فرهنگ رشد می‌کنند، به مهم‌ترین عامل پیشرفت اقتصادی، اجتماعی و فرهنگی شهرها تبدیل شده‌اند. با ترکیب اقتصاد و فرهنگ، شهرهای خلاق به قطب‌های رشد اقتصادی جهانی تبدیل می‌شوند (UNC-TAD, 2018). تحت این پارادایم صنایع فرهنگی و خلاق تحت یکسری مولفه‌ها و محیطی اعم از فرهنگی، اقتصادی و سیاسی (به معنای سیاست‌گذارانه) رشد می‌یابند که از آن با عنوان زیست‌بوم^۳ یاد می‌شود. زیست‌بوم صنایع خلاق و فرهنگی^۴، محیطی عالی و مبتنی بر دارایی‌های خلاق و فرهنگی است که رشد اقتصادی-اجتماعی را پدید می‌آورد (Hill, 2023: 62). توسعه پایدار زیست‌بوم‌های صنایع خلاق تحت تأثیر عوامل مختلفی قرار دارد (Černevičiūtė & Strazdas, 2023; Borré et al., 2023) آنها

1. Cultural and Creative Industries

2. <https://dolat.ir/detail/447919>

3. Ecosystem

4. Creative and Cultural Ecosystems

تقریباً ۳ درصد از تولید ناخالص داخلی را تشکیل می‌دهند و پتانسیل رشد سالانه ۱۰ درصد را دارند، به ویژه در بخش فناوری اطلاعات (Pletsan et al., 2022). با این حال، چالش‌هایی مانند کمبود بودجه و ادراک نادرست سیاست‌گذاران هم‌چنان ادامه دارد. وجود هرگونه اختلال در این محیط و فراهم نبودن امکانات لازم نشان‌دهنده ضعف و توسعه‌نیافتگی آن است (Komorowski et al., 2021). برای مثال بازی‌سازی در ایران هم‌چنان کوچک بوده و فاصله زیادی تا صنعت آن دارد. در کل ۹۹ شرکت در زمینه ساخت و طراحی بازی دیجیتال فعالیت می‌کنند که حدود ۴۵ درصد از آنها کمتر از ۱۰ کارمند و ۶۲ درصد کمتر از ۱۰ سال قدمت دارند که البته سهم چندانی نیز در بازار جهانی نداشته و اکثر کاربران ایرانی نیز مخاطب بازی‌های خارجی هستند (نمافر، ۱۴۰۲). می‌توان اذعان داشت که نبود حمایت‌های قوی دولتی، قدیمی بودن تکنولوژی، مشکلات عرضه و عدم توان رقابت با شرکت‌های بازی‌سازی خارجی برخی از دلایل کاهش سرعت پیشرفت صنعت بازی‌سازی در ایران به شمار می‌روند (مرکز رصد فرهنگی، ۱۴۰۳).

وضعیت ضعیف ایران در این حوزه نشان‌دهنده چالش در بخش‌های مختلف مربوط به زیست‌بوم صنایع خلاق و فرهنگی نظیر سیاست‌گذاری، نیروی انسانی، فضای خلاق و فرهنگی، سرمایه‌گذاری و غیره است که به عامل توسعه‌نیافتگی این حوزه تبدیل شده است. بر این اساس، شناخت زیست‌بوم صنایع خلاق و فرهنگی و ظرفیت‌ها و خلأهای موجود در آن به حل مسائل و پیشرفت این حوزه کمک خواهد کرد. لذا هدف این مطالعه شناسایی چالش‌ها و مسائل زیست‌بوم خلاق و فرهنگی در ایران است که از طریق مصاحبه با متخصصین، اساتید، فعالان و کنشگران این حوزه نظیر متخصصین اقتصادفرهنگ، زیست‌بوم خلاق، صنعت بازی‌سازی، انیمیشن و اسباب‌بازی و ارائه توصیه‌ها و راهکارهای آنها مورد بررسی قرار گرفته است. از اینرو سوال اصلی تحقیق این است که چالش‌هایی حوزه زیست‌بوم خلاق و فرهنگی در ایران کدام‌اند و چه راهکارهایی برای رفع آن وجود دارد؟

پیشینه پژوهش

حوزه مطالعاتی «زیست‌بوم صنایع خلاق و فرهنگی» نیز مانند حوزه صنایع خلاق و فرهنگی، در دو دهه اخیر در جهان مورد توجه قرار گرفته است. این حوزه مطالعاتی در ایران نسبت به برخی کشورهای دیگر، پیشینه کوتاه‌تری دارد، اما با این وجود در

سال‌های اخیر به تدریج مورد توجه محققان، سیاست‌گذاران و فعالان فرهنگی قرار گرفته است. عمده مطالعات انجام شده در این حوزه درباره بخشی از زیست‌بوم صنایع خلاق و فرهنگی بوده و مطالعات اندکی مشخصاً با عنوان زیست‌بوم صنایع فرهنگی و خلاق و چالش‌ها و مسائل مرتبط با آن در محیطی چند وجهی انجام شده است. در ادامه برخی مطالعات تجربی مرتبط با این حوزه ارائه می‌گردد:

پورباقری و همکاران (۱۴۰۲) در مطالعه‌ای با عنوان «تحلیلی بر عوامل مؤثر در توسعه شهر خلاق (نمونه موردی: شهر شیراز)» در پی شناخت و اولویت‌بندی ابعاد مؤثر در توسعه شهر خلاق شیراز بر اساس فرضیات عوامل کالبدی اکولوژیکی، فرهنگی اجتماعی، اقتصادی گردشگری و مدیریتی سازمانی عوامل مؤثر از طریق روش‌های اسنادی و میدانی می‌باشند. نتایج نشان می‌دهد که عامل اقتصادی در اولویت اول، عامل فرهنگی اجتماعی در اولویت دوم، عامل کالبدی اکولوژیکی در اولویت سوم، عامل سازمانی مدیریتی در اولویت چهارم، توسعه شهر خلاق در شهر شیراز است. قائد امینی هارونی و همکاران (۱۴۰۱) در مطالعه‌ای با عنوان «طراحی مدل عوامل مؤثر بر صنایع فرهنگی خلاق در ایران» با هدف طراحی مدل عوامل مؤثر بر صنایع فرهنگی خلاق در ایران و با روش دلفی به شناسایی عوامل مؤثر بر این مدل می‌پردازند. نتایج تحقیق نشان می‌دهد که به ترتیب سه عامل سرمایه‌های ساختاری و انسانی، زیرساخت‌های مورد نیاز، حمایت‌های دولت بر این مدل تاثیرگذار است.

انظاری و محبوب عشرت‌آبادی (۱۳۹۹) در مطالعه‌ای با عنوان «تحلیل ساختاری اکوسیستم ملی نوآوری: بهره‌برداری از داده‌های جهانی برای سیاست‌گذاری ایرانی» به تبیین نقش زیست‌بوم نوآوری در رونق و کساد نوآوری در چارچوب الگوی اکوسیستم ملی نوآوری می‌پردازند. نتایج تحقیق نشان می‌دهد که مولفه‌های متنوع زیست‌بوم نوآوری در پرورش و رونق نوآوری نقشی اساسی دارند. فناوری اطلاعات، آموزش دانشگاهی، پژوهش دانشگاهی و تعاملات نوآورانه مولفه‌های پایه اکوسیستم ملی نوآوری هستند و کمیت، کیفیت و ظرفیت این مولفه‌ها، میزان خلاقیت، ظرفیت باروری، میزان پویایی و سطح چالاکی اکوسیستم ملی نوآوری را تعیین می‌کنند.

شاملی و همکاران (۱۳۹۷) در مطالعه‌ای با عنوان «تبیین شدت اثر عوامل مؤثر بر پایش توسعه صنایع خلاق با استفاده از روش دیمتل» از طریق رویکردهای فراتحلیلی در پی ایجاد درکی بهتر و عمیق‌تر از عوامل مؤثر بر صنایع خلاق است تا کشور در آینده بتواند با برنامه‌ریزی و سرمایه‌گذاری بر روی این عوامل به بهبود اقتصادی

کمکی نماید. در این تحقیق، توجه به سرمایه‌های انسانی و سرمایه‌های فرهنگی دو عامل بسیار تأثیرگذار بر توسعه صنایع خلاق شناسایی شدند و سایر عوامل در رتبه‌های بعدی قرار گرفتند. در انتها نیز راهبردهایی برای بهره‌برداری از این فرصت ایجادشده، ارائه شده است.

اگلایت^۱ (۲۰۲۳) در مطالعه‌ای با عنوان «همکاری در صنایع خلاق - از افراد خلاق و واسطه تا شبکه‌ها» در پی نشان دادن مزایای همکاری در صنایع خلاق از دیدگاه نظری و عملی است. این مقاله مفهوم همکاری در صنایع خلاق را تجزیه و تحلیل می‌کند و یک نمای کلی نظری از مدل‌های همکاری ارائه می‌دهد که می‌توانند اشکال مختلفی مانند شبکه‌ها، واسطه‌های خلاق و خوشه‌ها داشته باشند.

زمانا^۲ (۲۰۲۱) در مطالعه‌ای با عنوان «چارچوب اکوسیستم خلاق: مطالعه موردی روز جهانی خلاقیت» به بررسی و برجسته کردن اهمیت اکوسیستم‌های خلاق در حال ظهور بر اساس رویکرد مطالعه موردی می‌پردازد. نتایج بر ویژگی‌های کلیدی در رابطه با فرآیند هم‌آفرینی و توسعه شبکه‌های مشارکتی از طریق مشارکت افراد و درک خلق، نوآوری، رشد و انتشار یک اکوسیستم خلاق تأکید و اهمیت نقش افراد در این اکوسیستم را نشان می‌دهد.

والدز دی لئون^۳ (۲۰۱۹) در مطالعه‌ای با عنوان «چگونه یک اکوسیستم دیجیتال را توسعه دهیم - یک چارچوب عملی» در پی درک بهتر چنین اکوسیستم‌هایی و کمک به سازمان‌ها و دست‌اندرکارانی است که از چنین انتقالی می‌گذرند (یا برنامه‌ریزی می‌کنند). در این مطالعه با ارجاع به یک رویکرد عملی، از جمله اهرم‌های کلیدی که می‌تواند برای ایجاد، توسعه و تعامل با یک اکوسیستم دیجیتال خلاق استفاده شود، ارائه دهد.

چیکارا ستاری و اسعد^۴ (۲۰۱۸) در مطالعه‌ای با عنوان «استراتژی کارآفرینی و توسعه اقتصاد خلاق از طریق نقشه برداری منطقه در شهر باندونگ» با بررسی و مطالعه شهر باندونگ در اندونزی به عنوان یک شهر خلاق به شناسایی بازیگران و نقش‌های اصلی و کلیدی موثر بر اکوسیستم صنایع خلاق حول توسعه اقتصاد این صنایع پرداختند. آنها یک مدل اکوسیستم خلاق را با زیربخش‌های آن تجاری، جامعه، دولت و رسانه ترسیم کردند.

میتکوس^۱ (۲۰۱۶) در مطالعه‌ای با عنوان «فرآیند بین‌المللی‌سازی صنایع خلاق: گرایش‌ها، مشکلات و چالش‌ها» به این موضوع می‌پردازد که امروزه صنایع خلاق نه تنها یک غول در اقتصاد جهانی هستند، بلکه بخشی هستند که دائماً رشد می‌کنند و منبع نوآوری هستند. نتایج تحقیق وی نشان می‌دهد که اگرچه فرآیند بین‌المللی‌سازی تا حد زیادی توسط پلت‌فرم‌های مالی بین‌المللی برای رشد مستمر صنعت خلاق حمایت می‌شود، اما حمایت کامل هم‌چنان مبتنی بر عملکرد دولت‌ها برای افزایش تولید مشترک و تامین منابع مورد نیاز است.

مولد، اولیور و همکاران (۲۰۱۴) در مطالعه‌ای با عنوان «اکوسیستم‌های فرهنگی و خلاق» به بررسی شبکه‌های موجود در اکوسیستم‌های خلاق پرداخته‌اند. آنها نشان می‌دهند که اکوسیستم خلاق تنها به هنرمندان محدود نبوده، بلکه شامل کسب‌وکارهای محلی، موسسات آموزشی و سیاست‌گذاران نیز می‌شود. این تحقیق بر ماهیت مشارکتی اکوسیستم تأکید دارد، جایی که ذینفعان مختلف منابع، ایده‌ها و شبکه‌های خود را برای پایداری خلاقیت و نوآوری به اشتراک می‌گذارند.

در این مقاله پژوهش‌هایی که بخش‌های مختلف زیست‌بوم صنایع فرهنگی و خلاق را مورد مطالعه قرار داده‌اند مرور و از مباحث نظری آنها بهره‌گرفته و تلاش شده است که زیست‌بوم صنایع خلاق و فرهنگی و چالش‌های آن با رویکردی سیستمی که در مطالعات موجود مفقود استف مورد بررسی قرار گیرد. با توجه به مطالعات مرور شده می‌توان گفت که در این تحقیق در پی بررسی و تعیین وجوه و عوامل کلیدی مورد نیاز برای رشد زیست‌بوم صنایع خلاق و فرهنگی بوده و به‌طور هم‌زمان به بررسی چالش‌های این زیست‌بوم با توجه شرایط ایران پرداخته و برای رفع آن راهکار ارائه خواهیم کرد.

مبانی نظری پژوهش

صنایع خلاق و فرهنگی

اصطلاح «صنایع خلاق و فرهنگی»^۲ به فرایندهای اقتصادی مرتبط با تولید، عرضه و مصرف کالاها و خدمات خلاق و فرهنگی اشاره دارد و نشان‌دهنده تأثیرات اجتماعی و هنری این صنایع است (بشیریه، ۱۳۸۷: ۷). در رویکردهای جدید به «صنعت خلاق

1. Mitkus

2. Cultural and creative industries

و فرهنگی» بر خلق و توزیع محصولات با ماهیت خلاق و فرهنگی تأکید دارند. در این رویکرد صنایع فرهنگی گونه‌ای از صنعت است که به خلق ایده، تولید و توزیع محصولاتی می‌پردازد که ماهیت فرهنگی دارند (Oakley and O'Connor, 2015: 13). صنایع فرهنگی زیرمجموعه‌ای از طبقه‌بندی گسترده‌تر صناعی است که اصطلاحاً خلاق نامیده می‌شوند. کالاها و خدمات خلاق محصولاتی هستند که تولید آنها نیازمند سطح قابل توجهی از خلاقیت است، بدون اینکه لزوماً سایر معیارهای فرهنگی بودن در آن رعایت شده باشد. بدین ترتیب کالاهای خلاق از کالاهای فرهنگی فراتر می‌روند تا محصولاتی مانند تبلیغات و نرم‌افزارها را در بگیرند، اساساً کالاها و خدمات خلاق را می‌توان محصولات تجاری نیز به حساب آورد که در تولید آنها تا حدی خلاقیت به کار رفته است (تراسبی، ۱۳۹۳: ۴۸). صنایع خلاق و فرهنگی، فعالیت اقتصادی تولید و حمایت از کالاها و خدماتی که از طریق روش‌های فرهنگی و هنری ایجاد شده‌اند (Mickov, 2023).

آنکتادا صنایع خلاق و فرهنگی را صناعی می‌داند که مضامین نامشهود و فرهنگی را خلق، تولید و تجاری می‌کنند و از طریق کپی‌رایت حمایت می‌شوند، به‌طوری‌که این فرآیند شامل طیف وسیعی از فعالیت‌های فرهنگی است که به‌صورت تجاری‌سازی یکپارچه انجام می‌شود (UNCTAD, 2018). در مفهوم صنایع خلاق و فرهنگی، تولید انبوه با محتوای فرهنگی ترکیب می‌شود، به‌طوری‌که به جای استفاده از مواد اولیه طبیعی، از خروجی‌های فکری انسانی با ماهیت فرهنگی استفاده می‌شود (هال و نیتس، ۱۳۹۱: ۲۹۱). بنابراین، صنایع فرهنگی و خلاق به بخش‌هایی از اقتصاد مدرن اشاره دارند که در آن فرهنگ از طریق ابزارهای صنعتی تولید و توزیع می‌شود و خلاقیت افراد برای تولید محصولات فرهنگی اصیل به کار گرفته می‌شود که ممکن است ارزش تجاری یا فروش مستقیم به مصرف‌کنندگان داشته باشد (Flew, 2012: 62).

دسته‌بندی‌ها و طبقه‌بندی‌های مختلفی برای توصیف ویژگی‌های صنایع فرهنگی وجود دارد. در جوامع و کشورهای مختلف مدل‌های گوناگونی متناسب با زمینه و بستر بازار و فرهنگ بومی آنها برای صنایع فرهنگی وجود دارد. یونسکو صنایع فرهنگی را فعالیت‌هایی تعریف می‌کند که هدف اصلی آنها تولید، بازتولید، ارتقا، توزیع یا تجاری‌سازی کالاها، خدمات و فعالیت‌های مربوط به فرهنگ، هنر یا میراث فرهنگی است. فعالیت فرهنگی درآمدزا و تأثیرگذار را به ۱۱ صنعت فرهنگی تقسیم می‌کند

که شامل ۱. فیلم، ۲. کتاب، ۳. موسیقی، ۴. هنرهای تجسمی، ۵. هنرهای نمایشی، ۶. بازی‌های دیجیتال، ۷. تلویزیون، ۸. رادیو، ۹. روزنامه و مجله، ۱۰. معماری و ۱۱. تبلیغات می‌باشد (UNESCO-UIS, 2012:16).

در میان صنایع خلاق و فرهنگی تمرکز این مطالعه بر دو صنعت مهم انیمیشن و بازی‌های دیجیتال است. صنعت انیمیشن یک جزء حیاتی از اقتصاد خلاق است که این روزها به‌طور قابل توجهی به توسعه اقتصادی جهانی کمک می‌کند (Saputra et al., 2021). صنعت انیمیشن به عنوان بخش مهمی از صنایع خلاق، فرصت‌های منحصر به فردی را هم برای خدمات برون سپاری و هم برای ایجاد مالکیت معنوی اصلی ارائه می‌دهد (Sasongko, 2022). این صنعت با چالش‌هایی مانند دسترسی محدود به منابع مالی، کمبود نیروی انسانی ماهر و محدودیت‌های بازار و بازاریابی مواجه است. با این حال، فرصت‌هایی را برای درآمدزایی و ایجاد اشتغال نیز فراهم می‌کند عواملی که موجب موفقیت صنعت انیمیشن می‌شود شامل دسترسی به منابع مالی، ابتکارات دولتی و محتوای باکیفیت است (Kamarudin & Sajilan, 2013). صنعت انیمیشن این ظرفیت را داراست که مولفه‌های مهمی را در مورد ماهیت خلاقیت، پرورش و تجدید آن از طریق فرآیندهای تولید، توزیع و مصرف مطرح کند (Lee, 2013). در حالی که کشورها به دنبال تنوع بخشیدن به منابع اقتصادی خود از طریق این صنعت هستند، صنعت انیمیشن هم‌زمان می‌تواند پتانسیل رشد و توسعه هویت ملی و فرهنگی یک جامعه را نیز تقویت کند (Sasongko, 2022).

صنعت بازی‌های دیجیتال نیز بخش مهمی در صنایع فرهنگی و خلاق است که درآمدهای جهانی آن قابل مقایسه با صنعت موسیقی است (Kücklich, 2005). این صنعت به دلیل پتانسیل‌های اقتصادی و اثرات مضاعف آن توجه سیاست‌گذاران را به خود جلب کرده است (Champion, 2013). بازی‌های دیجیتال امروزه به یک پدیده فرهنگی مهم تبدیل شده‌اند. کشورهای توسعه‌یافته از این بازی‌ها به عنوان بخشی از میراث فرهنگی خود یاد می‌کنند. اما علی‌رغم پتانسیل‌های موجود در این صنعت، چالش‌هایی مانند تسلط شرکت‌های خارجی و فراموشی در تولید درآمد حاصل از آن وجود دارد. برای رفع این مشکل، تلاش‌هایی برای آموزش و ایجاد انگیزه در جوانان در مورد فرصت‌ها در صنعت بازی‌های دیجیتال، با تأکید بر اهمیت محتوای محلی و توسعه استعدادها انجام می‌شود (Barwick et al., 2009). در ایران بازار بازی‌های دیجیتال همگام با روند جهانی رشد کرده و هزینه آن در سال ۱۴۰۰ به ۷۴۱ میلیون

دلار رسیده است (نمای باز، ۱۴۰۰). با این حال، صنعت بازی‌سازی در ایران هنوز کوچک بوده و با استانداردهای جهانی فاصله زیادی دارد. در حال حاضر، ۹۹ شرکت در زمینه ساخت و طراحی بازی‌های دیجیتال فعالیت می‌کنند که ۴۵ درصد آنها کمتر از ۱۰ کارمند و ۶۲ درصد کمتر از ۱۰ سال سابقه دارند. با این وجود، سهم ایران در بازار جهانی ناچیز بوده و بیشتر کاربران ایرانی بازی‌های خارجی را ترجیح می‌دهند (نمافر، ۱۴۰۲).

زیست‌بوم صنایع خلاق و فرهنگی

زیست‌بوم یا اکوسیستم از مفاهیم بنیادی حوزه زیست‌شناسی است و به معنای زیستگاهی است که در آن موجودات زنده و عوامل غیرزنده حضور دارند و از طریق تعامل عناصر مختلف توازن و پایداری زیستی در جهان حفظ می‌شود (Chapin, 2011: 458). این واژه از علوم زیستی به علوم دیگری نظیر فناوری، مدیریت، کارآفرینی و غیره منتقل شده است. زیست‌بوم سیستمی است که توسط جوامع و محیط آن شکل می‌گیرد و به عنوان یک واحد عمل می‌کند (Kauffman, 2016; Valdez-de-Leon, 2019). به عبارتی زیست‌بوم سیستمی از کنشگران متقابل است که در جهت دستیابی به یک نتیجه ارزش‌آفرین به‌طور هماهنگ با هم تعامل دارند (Dervisholli, 2019). صنایع خلاق و فرهنگی به هسته اصلی شهرهای خلاق تبدیل شده‌اند و تعامل مؤثری میان نهادهای فرهنگی و اقتصادی در این زیست‌بوم شکل می‌گیرد. در این مدل، فرهنگ به عنوان عنصری پویا در توسعه شهر خلاق اهمیت دارد و نیاز به طراحی زیست‌بومی نظام‌مند برای حمایت از رشد و بهره‌وری این صنایع احساس می‌شود (Tan and Tan, 2023). زیست‌بوم خلاق محیطی مبتنی بر سرمایه‌های خلاق و فرهنگی است که رشد و توسعه همه‌جانبه را فراهم می‌آورد و شامل بخش‌های مختلف و به هم مرتبط است. در دسته‌بندی‌ها اجزا و عناصر مختلفی از زیست‌بوم خلاق معرفی می‌شود؛ بخش‌هایی نظیر اقتصاد خلاق، مکان و فضای خلاق و استعداد خلاق (Parkinson, 2005)، یا بخش تجاری، جامعه، دولت و رسانه (Chikara Satari and As'ad, 2018: 95) و یا تحقیق و توسعه (Goldberg-Miller, 2019)، زیرساخت‌های دیجیتال، فناوری‌ها و امنیت اطلاعات، نیروی انسانی، خلاقیت و نوآوری، مدیریت زنجیره تامین مالی و کارآفرینی (Hosseini & Meybodi, 2023). توجه و ایجاد تعادل میان همه بخش‌های مهم و موثر سازنده زیست‌بوم صنایع فرهنگی و خلاق به منظور توسعه پایدار این صنعت ضرورت دارد (Černevičiūtė et al., 2019).

تعیین سیاست‌های صحیح در حوزه صنایع فرهنگی و خلاق از مهم‌ترین عوامل توسعه این صنایع است (پرچمی و درخشان، ۱۴۰۱: ۳۹). به‌همین دلیل دولت‌ها سیاست‌های مختلفی را برای حمایت از رشد آن اجرا کنند که در حیطه سیاست‌گذاری فرهنگی به‌معنای تخصیص منابع و توزیع یارانه‌ها و امکانات عمومی برای مجموعه‌ای از فعالیت‌های فرهنگی و خلاق و حمایت از نیروی انسانی این بخش مانند آموزش و حقوق مالکیت معنوی قرار می‌گیرد (Evans, 2001: 35). به‌طور کلی چارچوب‌های قانونی، به‌ویژه قوانین مالکیت معنوی، نقش مهمی در تنظیم صنایع خلاق بازی می‌کنند. سیاست‌های دولت می‌توانند از طریق یارانه‌ها، مقررات و حمایت‌ها در سطوح منطقه‌ای و ملی از این بخش‌ها حمایت کنند (Liu, 2021). مداخلات سیاست عمومی برای صنایع خلاق اغلب با شکست بازار، از جمله وضعیت هنر و فرهنگ به عنوان کالاهای عمومی، کالاهای شایسته، و نیاز به پرداختن به هزینه‌های سرمایه‌گذاری و عدم قطعیت‌های تولید توجیه می‌شود (Bakhshi et al., 2015).

تحقیق و توسعه نقش مهمی در نوآوری در صنایع فرهنگی و خلاق دارد. برخلاف انتظارات، بسیاری از سازمان‌های صنعت خلاق در تحقیق و توسعه و آموزش که مرتبط با آن است، به‌ویژه تحقیقات کاربردی، که به شدت با نوآوری‌های محصول مرتبط است، درگیر می‌شوند (Tether, 2021). آموزش نیز در یک رابطه دوطرفه نقش مهمی در توسعه صنایع فرهنگی و خلاق ایفا می‌کند. سیاست‌گذاران و دولت‌ها غالباً با استفاده از مطالعات و گزارش‌هایی که توسط دانشگاهیان و محققان تهیه می‌شود، محورهای اصلی سیاست‌ها و اقدامات را شناسایی می‌کنند (Goldberg-Miller, 2019).

دولت‌ها به دلایل فرهنگی و اقتصادی، از جمله ارتقای تعالی، نوآوری، هویت ملی و رسیدگی به شکست‌های بازار، از صنایع فرهنگی و خلاق حمایت مالی می‌کنند. این صنایع به‌طور فزاینده‌ای برای رشد اقتصادی حیاتی شناخته می‌شوند، زیرا توسعه آنها به حفاظت از مالکیت معنوی و ایجاد محیط‌های تجاری رقابتی کمک می‌کند (The Cong, 2019). هدف کشورهای توسعه‌یافته و در حال توسعه پرورش بخش‌های خلاق صادرات محور، هدف قرار دادن بازارهای بین‌المللی و جوامع نزدیک از نظر فرهنگی است. در حالی که سیاست‌های دولت می‌تواند رشد داخلی و صادرات را تسهیل کند، موفقیت در نهایت به هم‌افزایی بین ورودی‌های مالی و خلاقانه در تولید، توزیع و بازاریابی بستگی دارد (Cunningham et al., 2005). روند سرمایه‌گذاری در صنایع فرهنگی و خلاق تأثیر مثبتی بر اقتصاد و بخش‌های مالی دارد و بخش‌هایی مانند طراحی، هنر، آموزش و گردشگری

قدرت خاصی را نشان می‌دهند (The Cong, 2019).

تحول دیجیتال برای توسعه پایدار صنایع خلاق ضروری است و نیازمند تمرکز بر زیرساخت‌های دیجیتال، فناوری‌ها و امنیت اطلاعات است (Hosseini & Meybo-di, 2023). سازمان‌ها در بخش‌های خلاق، مدل‌های کسب‌وکار خود را برای استفاده از فناوری‌های دیجیتال تطبیق می‌دهند، و اغلب از رویکردهایی استفاده می‌کنند که چندین مدل را به طور هم‌زمان ترکیب می‌کنند (Li, 2020). برای اطمینان از پایداری طولانی مدت تحول دیجیتال، عوامل کلیدی مانند تحول انرژی، آموزش، مهارت‌های دیجیتال، امنیت و تداوم کسب و کار باید در نظر گرفته شود (Tupa, 2023). این فرآیند بر جنبه‌های زیست‌محیطی، اقتصادی و اجتماعی تأثیر دارد و نیازمند رویکردی جامع است. با توجه به این عناصر، صنایع خلاق می‌توانند چالش‌های دگرگونی دیجیتال را مدیریت کرده و توسعه پایدار را ارتقا دهند، در حالی که با تغییر نگرش‌ها و ارزش‌های فرهنگی سازگار می‌شوند (Wei et al., 2020).

همکاری و شبکه‌سازی نقش مهمی در صنایع خلاق، پرورش نوآوری و مزیت رقابتی آن دارد (Mulyana & Sutapa, 2016). این صنایع برای ترویج همکاری، اعتماد و رقابت فردی در بازارهای کار به طور فزاینده به شبکه‌ها متکی هستند (Antcliff et al., 2007). مدل‌های همکاری مختلفی از جمله شبکه‌ها، واسطه‌های خلاق و خوشه‌ها وجود دارد. همکاری یکی از جنبه‌های اصلی کار خلاق باقی می‌ماند و توسعه محصولات را امکان‌پذیر می‌سازد که تنها از طریق تلاش‌های فردی غیرممکن است (Eglite, 2023). شبکه‌های اجتماعی به تنهایی ایده خلق نمی‌کنند. برای اینکه ایده‌های خلاقانه شکل بگیرند، افراد باید با هم در ارتباط باشند. وقتی افراد با هم در تعامل هستند، ایده‌هایشان را با هم به اشتراک می‌گذارند و این باعث می‌شود ایده‌های جدید و بهتری شکل بگیرند (Zamana, 2021).

بازاریابی در صنایع فرهنگی و خلاق نیز به دلیل ماهیت نمادین محصولات و رفتار غیرقابل پیش‌بینی مصرف‌کننده نیازمند استراتژی‌های منحصر به فردی است (Wu, 2021). بازاریابی موثر در این بخش مستلزم درک نیازهای مصرف‌کننده، کانال‌های ارتباطی و توسعه استراتژی‌های کوتاه‌مدت و بلندمدت است (Blahun & Grynevych, 2021). بازاریابی محتوا در رسانه‌های اجتماعی برای ایجاد روابط با مصرف‌کننده و تشویق به ترویج مشترک محصولات خلاق بسیار مهم است (Kolb, 2020). رشد سریع صنایع خلاق منجر به ایجاد شغل و انعطاف پذیری در طول بحران شده است و آنها را برای سرمایه‌گذاران بین‌المللی جذاب کرده است (Blahun & Grynevych, 2021). رویدادهای

بین‌المللی نقش مهمی در ارتقای صنایع خلاق دارند و فرصت‌هایی برای نمایش محصولات و ورود به بازارهای جدید فراهم می‌کنند. موفقیت در این صنایع به سرمایه اجتماعی و شبکه‌های ارتباطی بنیانگذاران وابسته است. همچنین، فرآیند بین‌المللی‌سازی این صنایع با حمایت پلتفرم‌های تأمین مالی دولتی تقویت می‌شود و نیاز به حمایت کامل دولت برای افزایش تولید و تأمین منابع دارد (Mitkus, 2016).

در مجموع می‌توان گفت که قوانین و سیاست‌های حمایتی، آموزش و پژوهش یا تحقیق و توسعه (R&D)، حمایت مالی و سرمایه‌گذاری، زیرساخت‌های فناوری، شبکه‌سازی و همکاری و بازاریابی و رویدادهای بین‌المللی از جمله عناصر مهم زیست‌بوم صنایع فرهنگی و خلاق است.



مدل ۱. بخش‌های مختلف زیست‌بوم صنایع فرهنگی و خلاق

روش پژوهش

در این مطالعه به منظور دستیابی به هدف تحقیق یعنی بررسی چالش‌های زیست‌بوم صنایع فرهنگی و خلاق و همچنین راهکاری برون رفت از آن از رویکرد کیفی و روش مصاحبه با متخصصین استفاده شده است. مصاحبه با متخصصین نوعی مصاحبه نیمه‌ساخت یافته می‌باشد که به مصاحبه‌شونده نه به‌عنوان یک شخص، بلکه به قابلیتش به‌عنوان متخصص در یک حوزه خاص توجه می‌شود. متخصصان نه به‌عنوان یک مورد منفرد بلکه به منزله نمایندگان یک گروه از متخصصان خاص در نمونه گنجانده می‌شوند (فلیک، ۱۳۹۴: ۱۸۳). برای هدایت مصاحبه، فرم راهنمای مصاحبه^۱

1. Interview Guide

توسط محقق تهیه می‌شود. راهنمای مصاحبه صرفاً مشخص‌کننده موارد و موضوعاتی است که مصاحبه، آنها را پوشش می‌دهد و مصاحبه‌گر، الزامی به رعایت ترتیب در مطرح کردن پرسش‌ها بر طبق برگه راهنمای مصاحبه ندارد (حریری، ۱۳۹۰: ۱۵۰). برای این منظور از روش نمونه‌گیری هدفمند متوالی که شامل موارد شناخته شده با معروف^۱ و نمونه‌گیری گلوله‌برفی^۲ و ... استفاده شده است. در این پژوهش جامعه آماری کلیه متخصصین، اساتید، مدیران و فعالین دو صنعت انیمیشن و بازی‌سازی در ایران می‌باشند و تعداد ۱۵ نفر از مطلعین کلیدی با روش نمونه‌گیری نظری یا هدفمند به عنوان نمونه انتخاب شده‌اند. مشارکت‌کنندگان از میان اساتید دانشگاه، مدیران، تولیدکنندگان، هنرمندان و فعالین بخش فرهنگ و هنر که در عرصه نظر و عمل با مسائل حوزه زیست‌بوم صنایع خلاق و فرهنگی آشنا و دارای تجربه هستند، انتخاب شدند.

جدول ۱. ویژگی‌های مصاحبه‌شوندگان

شماره متخصص	زمینه تخصص
۱	مدیر عامل استودیو طراحی و توسعه پلتفرم‌ها و رسانه‌های تعاملی (بازی رایانه‌ای)
۲	کارگردان و انیمیشن‌ساز
۳	بازی‌ساز و فعال حوزه بازی‌های جدی
۴	مدیر موسسه کسب و کار و استارت‌آپ‌های فرهنگی
۵	استاد، مولف و پژوهشگر اقتصادفرهنگ و هنر
۶	تهیه‌کننده استودیو انیمیشن‌سازی
۷	استاد و متخصص حوزه مطالعات انیمیشن
۸	مشاور توسعه کسب و کار صنایع فرهنگی
۹	مشاور تحقیق و توسعه بازی‌های رایانه‌ای
۱۰	استاد جامعه‌شناسی اقتصادفرهنگ
۱۱	پژوهشگر حوزه بازاریابی صنایع خلاق و فرهنگی
۱۲	فیلمنامه‌نویس و طراح کاراکتر انیمیشن
۱۳	تهیه‌کننده استودیو بازی‌سازی
۱۴	استاد اقتصاداجتماعی و اقتصادهنر
۱۵	پژوهشگر و مدرس صنایع خلاق و کسب و کارهای خلاق

1. Reputational Case Sampling

2. Snowball Sampling

جهت تحلیل داده‌های متنی حاصل از مصاحبه با متخصصین از روش تحلیل تماتیک^۱ (مضمون) در نرم افزار MAXQDA استفاده شده است. تحلیل مضمون، روشی است برای تقلیل و تحلیل داده‌ها که به وسیله آن داده‌های کیفی تقسیم‌بندی، طبقه‌بندی، استخراج و بازسازی می‌شوند (Given, 2008: 867). در این تحقیق، برای تحلیل داده‌ها از فرآیند گام به گام تحلیل مضمون استفاده شد. این فرآیند با آشنایی با داده‌ها آغاز و سپس کدهای اولیه ایجاد و کدگذاری شد. با رویکرد قیاسی، نظریه‌ها برای شناسایی و رمزگذاری داده‌ها به کار رفتند و مقوله‌های اولیه ساخته شدند. کدهای اولیه استخراج و بر اساس شباهت‌ها طبقه‌بندی شدند. در نهایت، مضامین و زیرگروه‌های آن‌ها مشخص و شبکه مضامین تحلیل گردید.

برای سنجش اعتبار فرآیند تحقیق و داده‌های کیفی، محقق به مدت طولانی با داده‌ها و متون درگیر شد و بین مبانی نظری و داده‌ها رفت و آمد کرد. در هر مرحله از کدگذاری، به مضامین اولیه و داده‌های خام مرتبط مراجعه شد. همچنین، مقولات طبقه‌بندی شده به متخصصین ارائه و بازبینی شد. برای برآورد پایایی یافته‌ها، از روش میرینگ^۲ (۲۰۰۰) استفاده گردید که شامل بررسی مقولات در ۱۰ تا ۵۰ درصد از موارد بود. نتایج نشان داد که نزدیک به ۹۵ درصد از طبقه‌بندی‌های محقق توسط متخصصین تأیید شد.

یافته‌های پژوهش

نتایج حاصل از مصاحبه‌ها شامل دو بخش مسائل و چالش‌ها و ارائه راهکارها و توصیه‌ها می‌باشد که در ادامه این مضامین شرح داده می‌شود.

۱. چالش‌های زیست‌بوم صنایع فرهنگی و خلاق در ایران

بر اساس گفته فعالان و متخصصین زیست‌بوم صنایع فرهنگی و خلاق در ایران با چالش‌های مختلفی روبه‌رو است. این چالش‌ها شامل ۸ مضمون اصلی می‌شود که عبارتند از: چالش‌های سیاستی (حکمرانی)، چالش‌های قانونی و مقرراتی، ضعف در حمایت مالی و سرمایه‌گذاری، ضعف در آموزش و تحقیق، چالش‌های بازاریابی و دسترسی به بازار، نبود همکاری‌های بین‌المللی، نبود شبکه‌سازی، ضعف در زیرساخت‌های فناوری و دیجیتال. در جدول ۲ مضامین و زیرمقوله‌ها ارائه شده است.

1. Thematic Analysis

2. Mayring

جدول ۲. مضامین و زیرمقوله‌های مربوط به چالش‌های زیست‌بوم صنایع فرهنگی و خلاق از نظر فعالان و متخصصین

مفهوم اصلی	مضامین	زیرمقوله‌ها
چالش‌های زیست‌بوم صنایع خلاق و فرهنگی	چالش‌های سیاستی (حکمرانی)	ناآشنایی یا عدم درک صحیح سیاست‌گذار از صنایع خلاق و فرهنگی
		تعدد نهادهای سیاست‌گذار و متولی
		کپی و ترجمه‌ای بودن سیاست‌ها
		عدم ارتباط سیاست‌ها با میدان
		عدم وجود رویکرد بلندمدت و آینده‌محور در سیاست‌ها
	چالش‌های قانونی و مقرراتی	فقدان قوانین جامع در زمینه مالکیت فکری
		ناکارآمدی در اجرای قوانین موجود
		مسائل مربوط به حق تالیف در فضای دیجیتال
		چالش‌های مربوط به مجوزها و پروانه‌های کسب
		مشکلات مالیات و عدم معافیت‌های مناسب
	ضعف در حمایت مالی و سرمایه‌گذاری	نبود بسترهای حقوقی برای حمایت از همکاری‌های بین‌المللی
		ریسک بالای سرمایه‌گذاری در صنایع خلاق
		کمبود نهادهای مالی تخصصی
		عدم دسترسی به وام‌ها و تسهیلات دولتی
		سرمایه‌گذاری‌های محدود در مراحل اولیه (سرمایه بذر)
	ضعف در آموزش و تحقیق	کمبود حمایت از پروژه‌های بلندمدت
		نبود بودجه‌های حمایتی از دولت و سازمان‌های بین‌المللی
		نبود آموزش‌های تخصصی و دانشگاهی
		کمبود دوره‌های مهارت‌آموزی و کارآموزی عملی
		نبود مربیان متخصص و با تجربه
		نبود حمایت‌های مالی برای آموزش‌های غیررسمی
		کمبود آگاهی درباره مهارت‌های بین‌رشته‌ای
		عدم آشنایی با فناوری‌های جدید
		کمبود فرصت‌های شبکه‌سازی و ارتباط با صنعت

مفهوم اصلی	مضامین	زیرمقوله‌ها
چالش‌های زیست‌بوم صنایع خلاق و فرهنگی	چالش‌های بازاریابی و دسترسی به بازار	نبود شناخت کافی از مخاطب هدف
		ضعف در بازاریابی دیجیتال
		محدودیت‌های مالی برای تبلیغات و بازاریابی
		کمبود استراتژی‌های بازاریابی منسجم
		دشواری در دسترسی به بازارهای بین‌المللی
		رقابت با محصولات و برندهای خارجی
		تغییرات سریع در ترجیحات مخاطبان
		نبود دسترسی به کانال‌های توزیع مناسب
	نبود همکاری‌های بین المللی	محدودیت در دسترسی به بازارهای جهانی
		ناتوانی در تأمین منابع و جذب سرمایه‌های بین‌المللی
		فقدان دسترسی به پلتفرم‌های جهانی و رویدادهای فرهنگی
		عدم حمایت از محصولات و آثار بومی در سطح جهانی
	نبود شبکه‌سازی	محدودیت در دسترسی به منابع و اطلاعات
		کاهش فرصت‌های شغلی و همکاری‌های حرفه‌ای
		محدودیت در دسترسی به بازارهای جدید
		کاهش امکان یادگیری و انتقال دانش
		محدودیت در معرفی آثار و محصولات فرهنگی
		ضعف در ایجاد ارتباطات بین‌رشته‌ای
		نبود جامعه‌ای از حامیان و مخاطبان وفادار
	ضعف در زیرساخت‌های فناوری و دیجیتال	نبود اینترنت پرسرعت و پایدار
		کمبود ابزارهای دیجیتال پیشرفته
		هزینه‌های بالای دسترسی به پلتفرم‌های آنلاین
		محدودیت‌های مالی برای تهیه و ارتقاء تجهیزات
		نبود زیرساخت‌های امنیتی برای حفاظت از آثار
		ضعف در زیرساخت‌های تجارت الکترونیک

از نظر متخصصین یکی از چالش‌های اصلی در سیاست‌گذاری صنایع خلاق و فرهنگی ایران، ناآشنایی سیاست‌گذاران با مفاهیم بنیادی این حوزه است که منجر به تدوین سیاست‌های ناکارآمد می‌شود. همچنین، تعدد نهادهای سیاست‌گذار باعث پراکندگی و تداخل سیاست‌ها و افزایش هزینه‌ها می‌شود. تنظیم یک سند ملی برای فناوری‌های نرم و فرهنگی می‌تواند به رفع این مشکلات کمک کند، اما نیازمند تمرکز بر اجرای یکپارچه آن است. کپی‌برداری از سیاست‌های کشورهای دیگر بدون توجه به شرایط بومی نیز از دیگر مشکلات است و عدم ارتباط سیاست‌ها با واقعیت‌های میدانی، چالش دیگری است. در نهایت، فقدان یک رویکرد بلندمدت در سیاست‌گذاری، مانع از توسعه پایدار این صنایع می‌شود و نیاز به برنامه‌ریزی‌های بلندمدت و رفع موانع حقوقی و قانونی دارد.

صنایع خلاق و فرهنگی در ایران با چالش‌های قانونی و مقرراتی متعددی مواجه هستند که مانع رشد آن‌ها می‌شود. فقدان قوانین جامع مالکیت فکری و ناکارآمدی در اجرای قوانین موجود از جمله مشکلات اصلی است. کمبود منابع و نیروی انسانی متخصص، اجرای نادرست قوانین را به همراه دارد. چالش‌های فضای دیجیتال، مانند نقض حقوق تالیف و کپی‌رایت، نیز به مشکلات افزوده شده است. بوروکراسی پیچیده برای اخذ مجوزها و پروانه‌های کسب، به ویژه برای استارت‌آپ‌ها، مانع بزرگ دیگری است. همچنین، مسائل مالیاتی و عدم معافیت‌های مناسب فشار مالی بر کسب‌وکارهای خلاق ایجاد می‌کند. در نهایت، نبود بسترهای حقوقی برای همکاری‌های بین‌المللی، محدودیت‌هایی در فعالیت‌های مشترک و تبادل فرهنگی به وجود می‌آورد.

کمبود حمایت‌های مالی و سرمایه‌گذاری یکی از چالش‌های اصلی در توسعه صنایع فرهنگی و خلاق است که به کاهش انگیزه خلاقان و کند شدن نوآوری منجر می‌شود. ریسک بالای سرمایه‌گذاری و وابستگی به ذائقه مخاطب، سرمایه‌گذاران را محتاط کرده است. کمبود نهادهای مالی تخصصی و عدم درک نیازهای صنایع خلاق، مانع از ارائه تسهیلات مناسب می‌شود. همچنین، عدم دسترسی به وام‌ها و تسهیلات دولتی، رشد این صنایع را مختل کرده است. سرمایه‌گذاری محدود در مراحل اولیه و کمبود حمایت از پروژه‌های بلندمدت نیز مشکلات دیگری هستند. بسیاری از پروژه‌ها به دلیل نیاز به منابع مالی بلندمدت ناقص می‌مانند. در نهایت، نبود بودجه‌های حمایتی دولتی و بین‌المللی باعث می‌شود بسیاری از طرح‌ها بدون حمایت مالی باقی بمانند.

یکی از چالش‌های اصلی توسعه صنایع خلاق و فرهنگی در ایران، کمبود و ضعف آموزش‌های تخصصی است. رشته‌های دانشگاهی مرتبط به اندازه کافی توسعه نیافته و با نیازهای بازار کار همخوانی ندارند. دوره‌های مهارت‌آموزی و کارآموزی عملی نیز به دلیل هزینه‌های بالا و کمبود حمایت‌های مالی به ندرت برگزار می‌شوند. کمبود مربیان متخصص و مهاجرت نیروهای با تجربه، کیفیت آموزش‌ها را کاهش داده است. بسیاری از فعالان این حوزه از مهارت‌های بین‌رشته‌ای مانند مدیریت پروژه و بازاریابی بی‌بهره‌اند و عدم آشنایی با فناوری‌های جدید نیز به کاهش رقابت‌پذیری آن‌ها منجر می‌شود. علاوه بر این، کمبود فرصت‌های شبکه‌سازی در دوره‌های آموزشی، یافتن فرصت‌های شغلی را برای فارغ‌التحصیلان دشوار کرده است.

صنایع خلاق و فرهنگی در ایران با چالش‌های جدید در حوزه بازاریابی مواجه‌اند. یکی از مهم‌ترین این چالش‌ها، نبود شناخت کافی از مخاطب هدف است که مانع از برقراری ارتباط مؤثر می‌شود. ضعف در استفاده از ابزارهای دیجیتال، محدودیت‌های مالی و نبود استراتژی‌های بازاریابی منسجم نیز از دیگر مشکلات هستند. بسیاری از کسب‌وکارهای خلاق به دلیل کمبود بودجه و دانش، نمی‌توانند از پتانسیل‌های بازاریابی دیجیتال بهره‌برداری کنند. دشواری در ورود به بازارهای بین‌المللی و رقابت با برندهای خارجی، تطبیق با قوانین و فرهنگ‌های مختلف و تغییرات سریع در ترجیحات مخاطبان، چالش‌های دیگری هستند. در نهایت، نبود دسترسی به کانال‌های توزیع مناسب برای محصولات فرهنگی خاص نیز مشکل‌ساز است.

صنایع خلاق و فرهنگی ایران با چالش‌های جدی در حضور و رقابت در بازارهای جهانی مواجه‌اند. محدودیت در دسترسی به بازارهای بین‌المللی و عدم شبکه‌سازی مؤثر با فعالان جهانی، مانع از شناخته شدن محصولات فرهنگی ایرانی در عرصه بین‌المللی شده است. ناتوانی در جذب سرمایه‌های بین‌المللی و نبود همکاری‌های بین‌المللی نیز از دیگر چالش‌هاست. عدم دسترسی به پلتفرم‌ها و رویدادهای جهانی، هنرمندان ایرانی را از شرکت در جشنواره‌ها و نمایشگاه‌های بین‌المللی باز می‌دارد و فرصت‌های معرفی آثار را از آن‌ها می‌گیرد. در نهایت، عدم حمایت کافی از محصولات بومی باعث شده تا آثار هنری و فرهنگی ایران به خوبی در سطح جهانی معرفی نشوند و از نظر فرهنگی به حاشیه رانده شوند.

نبود شبکه‌سازی در صنایع فرهنگی و خلاق یکی از مشکلات عمده است که مانع توسعه و موفقیت این حوزه‌ها می‌شود. شبکه‌سازی به ایجاد ارتباطات برای

تبادل دانش و همکاری در پروژه‌های مشترک اشاره دارد و می‌تواند به نوآوری، توسعه بازار و فرصت‌های شغلی کمک کند. بدون شبکه‌سازی، هنرمندان به اطلاعات حیاتی برای پیشرفت حرفه‌ای دسترسی ندارند و این موضوع فرصت‌های شغلی را کاهش می‌دهد. همچنین، معرفی محصولات به بازارهای جدید و ایجاد همکاری‌های تجاری دشوار می‌شود. شبکه‌سازی به هنرمندان امکان می‌دهد از تجربیات دیگران بیاموزند و ایده‌های جدید را به اشتراک بگذارند. همچنین، دیده شدن آثار هنری از طریق شبکه‌ها ممکن است و نبود آن، معرفی آثار را کاهش می‌دهد. پروژه‌های خلاق نیاز به همکاری میان تخصص‌های مختلف دارند و نبود شبکه‌سازی این همکاری‌ها را دشوار می‌کند. در نهایت، شبکه‌سازی به هنرمندان کمک می‌کند تا جامعه‌ای از حامیان وفادار بسازند. صنایع خلاق و فرهنگی در ایران با چالش‌های جدی در حوزه دیجیتال مواجه‌اند که مانع رشد و توسعه آن‌ها می‌شود. نبود اینترنت پرسرعت و پایدار در بسیاری از مناطق، فعالیت‌های آنلاین هنرمندان و همکاری‌های بین‌المللی را محدود می‌کند. همچنین، کمبود ابزارهای دیجیتال پیشرفته و هزینه بالای نرم‌افزارها و تجهیزات، دسترسی هنرمندان به ابزارهای لازم برای خلق آثار با کیفیت را کاهش می‌دهد. هزینه‌های بالای پلتفرم‌های آنلاین و محدودیت‌های مالی برای تهیه تجهیزات دیجیتال، فرصت‌های نمایش آثار هنرمندان را کاهش می‌دهد و توان رقابت آن‌ها با هنرمندان سایر کشورها را پایین می‌آورد. نبود زیرساخت‌های امنیتی مناسب نیز باعث کاهش اعتماد هنرمندان به انتشار آثار خود در فضای آنلاین می‌شود. در نهایت، ضعف در زیرساخت‌های تجارت الکترونیک، مانند نبود سیستم‌های پرداخت امن و مشکلات لجستیکی، فرصت‌های درآمدزایی هنرمندان را محدود می‌کند.

۲. راهکارهای رفع چالش‌های زیست‌بوم صنایع فرهنگی و خلاق در ایران

متخصصین پس از بیان چالش‌های زیست‌بوم صنایع فرهنگی و خلاق در ایران در بخش‌ها و موضوعات مختلف، راهکارهایی را برای حل این چالش‌ها بیان کردند که نتایج آن در این بخش تشریح و در جدول ۳ ارائه شده است.

جدول ۳. مضامین و زیرمقوله‌های مربوط به راهکارهای رفع چالش‌های زیست‌بوم صنایع فرهنگی و خلاق

مضمون اصلی	مقوله	زیرمقوله‌ها
راهکارهای رفع چالش‌های زیست‌بوم صنایع فرهنگی و خلاق	سیاستی (حکمرانی)	تعیین متولی یا تجمیع و هم‌افزایی متولیان سیاست‌گذار
		سیاست‌گذاری لایه‌ای و چند سطحی
		رصد دائمی میدان و بازنگری در سیاست‌ها
		سیاست‌گذاری متناسب با زیست‌بوم هر صنعت
		سیاست‌گذاری‌ها ناظر به اولویت استفاده از ذخایر فرهنگی
		تدوین قوانین شفاف، دقیق و قابل اجرا
	قانونی و مقرراتی	اصلاح و به‌روزرسانی قوانین مالکیت فکری و کپی‌رایت
		تسهیل اجرای قوانین
		ایجاد معافیت‌ها و تسهیلات مالیاتی
		حمایت از بسترهای حقوقی بین‌المللی
	حمایت مالی و سرمایه‌گذاری	ایجاد صندوق‌های حمایتی تخصصی
		تشویق نهادهای مالی و بانک‌ها به حمایت از پروژه‌های فرهنگی
		جذب سرمایه‌گذاران خصوصی از طریق ایجاد مشوق‌های مالیاتی
		توسعه برنامه‌های سرمایه‌گذاری خطرپذیر و سرمایه‌بذر
		ایجاد بسترهای مناسب برای سرمایه‌گذاری‌های بین‌المللی
		سرمایه‌گذاری بلندمدت
	آموزش و تحقیق	ایجاد رشته‌های تخصصی در دانشگاه‌ها و مؤسسات آموزشی
		برگزاری دوره‌های مهارت‌آموزی و کارآموزی عملی
		توسعه برنامه‌های آموزشی با همکاری مربیان متخصص و با تجربه
		تأمین حمایت‌های مالی و بورس‌های آموزشی
		ایجاد آگاهی درباره مهارت‌های بین‌رشته‌ای
		برگزاری دوره‌های آموزشی مرتبط با فناوری‌های جدید
		توسعه بسترهای شبکه‌سازی و ارتباط با صنعت

چالش‌های زیست‌بوم صنایع خلاق و فرهنگی [...]

مضمون اصلی	مقوله	زیرمقوله‌ها
راهکارهای رفع چالش‌های زیست‌بوم صنایع خلاق و فرهنگی	بازاریابی و دسترسی به بازار	انجام تحقیقات بازار و تحلیل دقیق مخاطبان هدف
		آموزش و توسعه مهارت‌های بازاریابی دیجیتال
		تأمین بودجه‌های حمایتی و سرمایه‌گذاری برای تبلیغات
		استفاده از مشاوران بازاریابی متخصص
		تسهیل دسترسی به بازارهای بین‌المللی
		تشویق به تولید محتوای بومی و محلی
		ایجاد کانال‌های توزیع و پلتفرم‌های فروش آنلاین
	همکاری‌های بین المللی	ایجاد پلتفرم‌های آنلاین بین‌المللی
		حمایت از حضور هنرمندان و کسب‌وکارهای خلاق در رویدادهای بین‌المللی
		تأمین بودجه برای سفرها و شرکت در رویدادهای بین‌المللی
		راه‌اندازی برنامه‌های مشترک بین‌المللی
		ارتقاء دانش بین‌المللی و مهارت‌های زبان‌های خارجی
		تسهیل فرایند صادرات و عرضه آثار فرهنگی و خلاق به بازارهای جهانی
	شبکه‌سازی	برگزاری رویدادهای شبکه‌سازی و همایش‌های حرفه‌ای
		ایجاد پلتفرم‌های آنلاین برای شبکه‌سازی
		تسهیل دسترسی به مراکز و فضاهای همکاری مشترک
		تشویق به عضویت در انجمن‌ها و سازمان‌های حرفه‌ای
		ایجاد برنامه‌های مربی‌گری و مشاوره حرفه‌ای
		فرهنگ‌سازی کار تیمی
	زیرساخت‌های فناوری و دیجیتال	سرمایه‌گذاری دولتی و خصوصی در زیرساخت‌های دیجیتال
		ایجاد پلتفرم‌های بومی و حمایت از آنها
		تأمین منابع مالی برای تهیه تجهیزات دیجیتال و نرم‌افزارهای پیشرفته
		آموزش مهارت‌های دیجیتال و فراهم‌سازی منابع آموزشی رایگان
		ایجاد زیرساخت‌های امنیتی برای حفاظت از آثار هنری و حقوق مالکیت فکری
		حمایت از توسعه تجارت الکترونیک در حوزه‌های فرهنگی و خلاق

متخصصان و فعالان حوزه سیاست‌گذاری برای حل چالش‌های صنایع فرهنگی و خلاق، پیشنهاداتی ارائه داده‌اند. اولاً، نیاز به یک متولی واحد یا متولیان هم‌افزا برای تسهیل فرآیند تولید، توزیع و مصرف احساس می‌شود. سیاست‌ها باید با مشارکت دولت و متخصصان تدوین شوند تا نیازهای خاص هر بخش به‌طور دقیق‌تر برطرف گردد. همچنین، بازنگری مداوم سیاست‌ها برای هماهنگی با تغییرات زیست‌بوم صنایع ضروری است.

علاوه بر این، سیاست‌ها باید برای هر صنعت فرهنگی به‌طور جداگانه تنظیم شوند و اولویت استفاده از ذخایر فرهنگی باید مورد توجه قرار گیرد. این شامل حمایت از تولیداتی با محتوای بومی و ملی از طریق تسهیلات و یارانه‌هاست. تدوین قوانین دقیق و شفاف نیز می‌تواند به کاهش ابهام‌ها و تسهیل رشد صنایع کمک کند. برای رفع چالش‌های قانونی، پیشنهاداتی همچون اصلاح قوانین مالکیت فکری و ایجاد معافیت‌های مالیاتی برای کسب‌وکارهای فرهنگی مطرح شده است. در زمینه حمایت مالی و سرمایه‌گذاری، ایجاد صندوق‌های حمایتی و جذب سرمایه‌گذاران خصوصی و بین‌المللی مورد تأکید قرار گرفته است.

در حوزه آموزش و تحقیق، پیشنهاد شده که رشته‌های تخصصی در دانشگاه‌ها ایجاد شود و برنامه‌های مهارت‌آموزی عملی برگزار گردد. برای بازاریابی و افزایش دسترسی به بازار، تحلیل بازار، آموزش مهارت‌های بازاریابی دیجیتال و ایجاد بسترهای فروش آنلاین پیشنهاد شده است.

همچنین، ایجاد پلتفرم‌های آنلاین برای همکاری‌های بین‌المللی و حمایت از حضور هنرمندان در رویدادهای جهانی از دیگر راهکارهاست. برای رفع چالش‌های شبکه‌سازی، برگزاری رویدادهای حرفه‌ای و ایجاد پلتفرم‌های آنلاین برای همکاری پیشنهاد می‌شود. در نهایت، سرمایه‌گذاری در زیرساخت‌های دیجیتال و حمایت از توسعه تجارت الکترونیک در صنایع فرهنگی می‌تواند به دسترسی بهتر به منابع و زیرساخت‌ها کمک کند. این پیشنهادات می‌تواند به بهبود وضعیت صنایع فرهنگی و خلاق در ایران کمک کند.

نتیجه‌گیری

بر اساس رویکرد نظری این مطالعه، زیست‌بوم صنایع خلاق و فرهنگی به شبکه‌ای از افراد، سازمان‌ها، نهادها، زیرساخت‌ها و منابع اطلاق می‌شود که به صورت یکپارچه برای ایجاد، توسعه و ترویج فعالیت‌های خلاقانه و فرهنگی با یکدیگر همکاری

می‌کنند. طبق رویکرد سیستمی این زیست‌بوم شامل مجموعه‌ای از صنایع متنوع است که با استفاده از خلاقیت، فرهنگ و نوآوری به تولید کالاها و خدماتی می‌پردازند که به بهبود زندگی مردم، تقویت هویت فرهنگی و ایجاد ارزش اقتصادی کمک می‌کند. یکی از ویژگی‌های کلیدی زیست‌بوم صنایع خلاق و فرهنگی، تعامل و همکاری بین بخش‌های مختلف آن است. این تعامل باعث می‌شود که ایده‌های جدید شکل بگیرند، فرصت‌های شغلی ایجاد شوند و توانمندی‌های فرهنگی و خلاقانه جامعه تقویت شود. همچنین، این زیست‌بوم به توسعه اقتصادی و اجتماعی کمک کرده و به کشورهای مختلف این امکان را می‌دهد که از فرهنگ و هنر بومی خود به عنوان یک منبع قدرت نرم در عرصه بین‌المللی بهره ببرند. سرمایه‌گذاری در این حوزه و ایجاد شرایط مناسب برای رشد آن می‌تواند منجر به ایجاد جامعه‌ای نوآور، متنوع، و با فرهنگی غنی شود که علاوه بر اقتصاد قوی‌تر، جامعه‌ای با ارزش‌های انسانی عمیق‌تر ایجاد می‌کند.

نتایج حاصل از مصاحبه با متخصصین و فعالان مهم‌ترین صنایع خلاق و فرهنگی در ایران (بازی‌سازی و انیمیشن) نشان می‌دهد که براساس رویکرد سیستمی و چند بخشی زیست‌بوم صنایع خلاق و فرهنگی به عنوان یکی از حوزه‌های نوآورانه و پویای اقتصاد و فرهنگ در ایران، با چالش‌های گوناگونی در بخش‌های مختلف آن روبه‌رو است که می‌تواند توسعه و پایداری این صنعت را تحت تاثیر قرار دهند. این چالش‌ها و راهکارهای بهبود آنها در قالب هشت مضمون اصلی سیاستی (حکمرانی)، قانونی و مقرراتی، حمایت مالی و سرمایه‌گذاری، آموزش و تحقیق، بازاریابی و دسترسی به بازار، همکاری‌های بین‌المللی، شبکه‌سازی و زیرساخت‌های فناوری و دیجیتال‌شناسایی و ارائه شده‌اند. مهم‌ترین این چالش‌ها شامل کمبود حمایت‌های مالی و سرمایه‌گذاری، عدم رعایت حقوق مالکیت فکری و نبود زیرساخت‌های فناورانه و دیجیتال مناسب است. همچنین، کمبود آموزش‌های تخصصی و مهارت‌محور، محدودیت‌های قانونی و مقرراتی، و عدم وجود سیاست‌های حمایتی قوی از سوی دولت نیز مشکلاتی هستند که این حوزه را تحت تاثیر قرار می‌دهند. علاوه بر این، نبود دسترسی به بازارهای بین‌المللی و آگاهی عمومی ناکافی نسبت به اهمیت این صنایع، از جمله دیگر عواملی هستند که رشد و پویایی زیست‌بوم خلاق و فرهنگی ایران را با موانع جدی روبرو می‌کنند. از نظر متخصصین این مسائل مانعی بر سر راه رشد صنایع خلاق ایجاد کرده و دستیابی به پایداری و نوآوری را دشوار می‌سازد.

در عین حال، توانایی این زیست‌بوم برای ایجاد فرصت‌های شغلی، تنوع بخشی به

اقتصاد و ترویج فرهنگ محلی می‌تواند انگیزه‌ای قوی برای تلاش جهت رفع این چالش‌ها باشد. برای رفع چالش‌های زیست‌بوم صنایع خلاق و فرهنگی در ایران، می‌توان مجموعه‌ای از راهکارهای کلیدی را مدنظر قرار داد. نخست، تغییر رویکرد و سیاست دولت نسبت به این صنایع و ارزش‌آفرینی هم‌زمان اقتصادی و فرهنگی، سیاست‌گذاری متناسب با هر زیست‌بوم و تدوین قوانین شفاف، دقیق و قابل اجراست. در درجه بعد تأمین حمایت‌های مالی و تشویق سرمایه‌گذاری در این حوزه از طریق تخصیص تسهیلات بانکی و مشوق‌های مالی ضروری است. ایجاد و اجرای قوانین مؤثر در زمینه‌ی حقوق مالکیت فکری نیز می‌تواند اعتماد و انگیزه هنرمندان و کارآفرینان خلاق را افزایش دهد. بهبود زیرساخت‌های فناوریانه و دیجیتال و ارائه آموزش‌های تخصصی و مهارت‌محور برای تربیت نیروی کار ماهر نیز از دیگر راهکارهای مهم است. هم‌چنین، دولت می‌تواند با وضع سیاست‌های حمایتی و همکاری با بخش خصوصی، فرصت‌های بیشتری برای رشد این صنایع فراهم کند. تقویت روابط بین‌المللی و دسترسی به بازارهای جهانی و ارتقای آگاهی عمومی نسبت به اهمیت صنایع خلاق و فرهنگی نیز می‌تواند به توسعه و پایداری این زیست‌بوم کمک کند.

بنابراین، با وجود چالش‌های متعدد، با نظر به رویکردی چند بخشی به توسعه زیست‌بوم صنایع خلاق و فرهنگی، برنامه‌ریزی هوشمندانه و اتخاذ سیاست‌های حمایتی، می‌توان ظرفیت‌های صنایع خلاق را به شکلی پایدار و قابل توجه در اقتصاد به کار گرفت و از این رهگذر، به رشد فرهنگی، اقتصادی و اجتماعی جامعه یاری رساند.

تعارض منافع

تعارض منافع ندارم.

منابع و مأخذ

- انتظاری، یعقوب و حسن محبوب عشرت آبادی (۱۳۹۹). تحلیل ساختاری اکوسیستم ملی نوآوری: بهره‌برداری از داده‌های جهانی برای سیاست‌گذاری ایرانی، مدیریت نوآوری در سازمان‌های دفاعی، ۳ (۱)، ۸۷-۱۱۸.
- بشیریه، حمید (۱۳۸۷). فرهنگ از دیدگاه انسان‌شناسی و قوم‌شناسی، تهران: نگاه معاصر.
- پرچمی، داود و فاطمه درخشان (۱۴۰۱). سیاست‌پژوهی توسعه اقتصادفرهنگ در ایران (بررسی موانع و ارائه راهکارهای سیاستی)، فصلنامه علمی مطالعات راهبردی فرهنگ، ۲ (۴)، ۲۹-۷۵.
- پورباقری علیرضا، تقوایی مسعود و واپیک هایرپطیان (۱۴۰۲). تحلیلی بر عوامل موثر در توسعه شهر خلاق (نمونه موردی: شهر شیراز)، فضای جغرافیایی، ۲۳ (۸۳)، ۱-۲۳.
- تراسبی، دیوید (۱۳۹۳). اقتصاد سیاست فرهنگی. ترجمه سوسن علائی، تهران: سوره مهر.
- حریری، نجلا (۱۳۹۰). اصول و روش‌های پژوهش کیفی، تهران: دانشگاه آزاد اسلامی.
- شاملی، مهدی، مدهوشی، مهرداد، آقاجانی، حسنعلی و محمود یحیی‌زاده‌فر (۱۳۹۷). تبیین شدت اثر عوامل مؤثر بر پایش توسعه صنایع خلاق با استفاده از روش دیمتل، مدیریت، ۱۲ (۱)، ۵۱-۷۵.
- فلیک، اووه (۱۳۹۴). درآمدی بر تحقیق کیفی، ترجمه هادی جلیلی، تهران: نی.
- قائدامینی هارونی، عباس، صادقی ده چشمه، مهرداد، صادقی ده چشمه، صادق و نرجس محسنی‌فر (۱۴۰۱). طراحی مدل عوامل مؤثر بر صنایع فرهنگی خلاق در ایران، مدیریت نوآوری و راهبردهای عملیاتی، ۳ (۳)، ۲۹۷-۳۱۵.
- گزارش رصد فرهنگی (۱۴۰۳). وضعیت صنایع فرهنگی و خلاق در ایران، تهران: مرکز رصد فرهنگی.
- مقیم‌شهری، بهزاد و سیدعلی ایازی (۱۳۹۵). رابطه کاربرد فناوری اطلاعات و سایر عوامل مؤثر بر صنایع تولیدی خلاق و نوآور، مطالعات مدیریت کسب و کار هوشمند، ۴ (۱۵)، ۱۴۹-۱۷۰.
- مک‌کین، راجر (۱۳۹۲). اقتصاد هنر (مجموعه مقالات)، ویراستاران ویکتور گینزبرگ و دیوید تراسبی، ترجمه محمدرضا مریدی و همکاران، تهران: بدخشان.
- نمافر (۱۴۰۲). پیمایش ملی بازیکنان بازی‌های دیجیتال، بنیاد ملی بازی‌های رایانه‌ای.
- نمافر (۱۴۰۳). نگاهی به سهم صنایع فرهنگی در اقتصادهای بزرگ جهان: <https://namafar.ir>
- نمافر (۱۴۰۲). پیمایش ملی بازیکنان بازی‌های دیجیتال، تهران: بنیاد ملی بازی‌های رایانه‌ای.
- نمای باز (۱۴۰۰). گزارش پیمایش ملی بازیکنان بازی‌های دیجیتال، تهران: بنیاد ملی بازی‌های رایانه‌ای.
- هال، جان. آر. نیتس، مری جو (۱۳۹۱). فرهنگ از دیدگاه جامعه‌شناختی، ترجمه فریبرز نجفی، تهران: انتشارات سروش.

- Antcliff, V., Saundry, R., & Stuart, M. (2007). Networks and social capital in the UK television industry: The weakness of weak ties. *Human Relations*, 60(2), 371-393. <https://doi.org/10.1177/0018726707075880>
- Bakhshi, H., Cunningham, S., & Mateos-Garcia, J. (2015). *Public policy for the creative industries*. Oxford University Press.
- Barwick, J., Muir, A., & Dearnley, J. (2009). Where have all the games gone? Explorations on the cultural significance of digital games and preservation. *DIGRA 2009: Breaking New Ground: Innovation in Games, Play, Practice and Theory*, Brunel University, West London.
- Bashiriyeh, H. (2008). *Culture from the perspective of anthropology and ethnology*. Tehran: Naghsh-e Moaser. **[In Persian]**
- Blahun, I., & Grynevych, L. (2021). Marketing of creative industries: Modern directions of development. *Journal of Applied Economics*, 6(2), 107-112. <https://doi.org/10.36887/2415-8453-2021-2-13>
- Borré, J. R., Cuba Romero, G., & Manuel Gutiérrez, J. (2023). Discussion of the aspects of the cultural and creative industries that impact on sustainable development: A systematic review. *Procedia Computer Science*, 224(17), 532-537. <https://doi.org/10.1016/j.procs.2023.09.077>
- Černevičiūtė, J., & Strazdas, R. (2023). Creative industries as part of a sustainable urban development strategy: Vilnius city case. *Sustainability*, 15(14), 10778. <https://doi.org/10.3390/su151410778>
- Champion, K. (2013). Problematizing a homogeneous spatial logic for the creative industries: The case of the digital games industry. In S. Hotho & N. McGregor (Eds.), *Changing the rules of the game* (pp. 17-30). Palgrave Macmillan. https://doi.org/10.1057/9781137318411_2
- Chapin, F. S. (2011). Glossary. In P. A. Matson, P. M. Vitousek, & M. C. Chapin (Eds.), *Principles of terrestrial ecosystem ecology* (2nd ed.). Springer.
- Chikara, S., Tubagus, F. F., & As'ad, N. (2018). Strategy of entrepreneurship & creative economy development through district mapping in Bandung City. *Journal of Visual Art and Design*, 10(2), 93-100.
- Cultural Monitoring Report. (2024). *The status of cultural and creative industries in Iran*. Tehran: Cultural Monitoring Center. **[In Persian]**
- Cunningham, S., Keane, M., & Ryan, M. (2005). Finance and investment in creative industries in developing countries. *Asia-Pacific Creative Communities: A Strategy for the 21st Century Senior Expert Symposium*, Jodhpur, India.
- Eglite, Z. (2023). Collaboration in creative industries - From creative individuals and intermediaries to networks. *Culture Crossroads*, 23, 102-117. <http://dx.doi.org/10.55877/cc.vol23.397>
- Emilia, T., Vergil, V., & Monica, T. (2008). The impact of cultural creative industries on the economic growth - A quantitative approach. *The Journal of the Faculty of Economics*, 2, 930-935.
- Entezari, Y., & Mohjub Ashtrabadi, H. (2020). Structural analysis of the national innovation ecosystem: Utilizing global data for Iranian policymaking. *Innovation Management in Defense Organizations*, 3(1), 87-118. **[In Persian]**
- Evans, G. (2001). *Cultural planning: An urban renaissance?* Routledge.

- Flew, T. (2013). *The creative industries: Culture and policy*. SAGE.
- Flick, U. (2015). *An introduction to qualitative research*. (H. Jalili, Trans.). Tehran: Ney. **[In Persian]**
- Ghaedamini Harouni, A., Sadeghi Deh Cheshmeh, M., Sadeghi Deh Cheshmeh, S., & Mohsenifar, N. (2022). Designing a model of factors influencing creative cultural industries in Iran. *Innovation Management and Operational Strategies*, 3(3), 297-315. **[In Persian]**
- Given, L. M. (2008). *The SAGE encyclopedia of qualitative methods* (Vols. 1-2). Sage.
- Goldberg-Miller, S. B. (2019). Creative city strategies on the municipal agenda in New York. *City, Culture and Society*, 17, 26-37.
- Hall, J. R., & Neitz, M. J. (2012). *Culture from a sociological perspective*. (F. Najafi, Trans.). Tehran: Soroush Publications. **[In Persian]**
- Hariri, N. (2011). *Principles and methods of qualitative research*. Tehran: Islamic Azad University. **[In Persian]**
- Hill, I., Jones, P., Elias, S., & Dobson, S. (2023). *Creative (and cultural) industry entrepreneurship in the 21st century*. Emerald Publishing.
- Hosseini, E., & Rajabipoor Meybodi, A. (2023). Proposing a model for sustainable development of creative industries based on digital transformation. *Sustainability*, 15(14), 1-30. <https://doi.org/10.3390/su151411451>
- Kauffman, S. (2016). *Humanity in a creative universe*. Oxford University Press.
- Kolb, B. M. (2020). *Marketing strategy for the creative and cultural industries*. Routledge. <https://doi.org/10.4324/9780367817077>
- Komorowski, M., Lupu, R., & Peppe, S. (2021). Joining the dots—Understanding the value generation of creative networks for sustainability in local creative ecosystems. *Sustainability*, 13(22), 12352. <https://doi.org/10.3390/su132212352>
- Kücklich, J. (2005). Precarious playbour: Modders and the digital games industry. *Fibreculture Journal*, 5(1), 1-5.
- Lee, H. (2013). Introduction: Animation industry at a crossroads. *Creative Industries Journal*, 3(2), 183-187. https://doi.org/10.1386/cij.3.3.183_1
- Li, F. (2020). The digital transformation of business models in the creative industries: A holistic framework and emerging trends. *Technovation*, 92-93, 102012. <https://doi.org/10.1016/j.technovation.2017.12.004>
- Liu, Z. (2021). The impact of government policy on macro dynamic innovation of the creative industries: Studies of the UK's and China's animation sectors. *Open Innovation: Technology, Market, and Complexity*, 7(3), 168. <https://doi.org/10.3390/joitmc7030168>
- McKinnon, R. (2013). *The economics of art* (Collection of articles). (V. Ginsburg & D. Throsby, Eds.; M. R. Miridi et al., Trans.). Tehran: Badakhshan. **[In Persian]**

- Mickov, B. (2023). The cultural sector and sustainable economic development: Innovation and the creative economy in European cities. Taylor & Francis.
- Mitkus, T. (2016). Internationalization process of creative industries: Tendencies, problems, and challenges. *Forum Scientiae Oeconomia*, 4(4), 27-37.
- Moghimi Shahri, B., & Iazi, S. A. (2016). The relationship between the use of information technology and other factors affecting creative and innovative manufacturing industries. *Studies in Smart Business Management*, 4(15), 149-170. **[In Persian]**
- Mulyana, M., & Sutapa, S. (2016). The impact of entrepreneurial orientation and collaborative networks on creative industries performance. *Jurnal Dinamika Manajemen*, 7(2), 166-181. <https://doi.org/10.15294/JDM.V7I2.8199>
- Namafar. (2023). *National survey of digital game players*. National Foundation for Computer Games. **[In Persian]**
- Namafar. (2023). *National survey of digital game players*. Tehran: National Foundation for Computer Games. **[In Persian]**
- Namafar. (2024). *A look at the share of cultural industries in the world's largest economies*. Retrieved from <https://namafar.ir/> **[In Persian]**
- Namay Baz. (2021). *National survey report of digital game players*. Tehran: National Foundation for Computer Games. **[In Persian]**
- Oakley, K., & O'Connor, J. (2015). *The Routledge companion to the cultural industries*. Taylor & Francis.
- Parchami, D., & Derakhshan, F. (2022). Policy research on the development of cultural economy in Iran (Examining barriers and proposing policy solutions). *Strategic Studies of Culture*, 2(4), 29-75. **[In Persian]**
- Parkinson, M. (2005). *Urban policy in Europe: Where have we been and where are we going*. University of Liverpool, United Kingdom. Retrieved from <https://www.researchgate.net/publication/268354377>
- Pletsan, K., Havryliuk, A., Kostromina, H., Muratova, I., & Kholodynska, S. (2022). The modern practice of creative industries' functioning under the conditions of sustainable development. *WSEAS Transactions on Environment and Development*, 18, 349-357. <https://doi.org/10.37394/232015.2022.18.35>
- Pourbagheri, A., Taghvaei, M., & Hairpetian, V. (2023). Analysis of factors influencing the development of creative cities (Case study: Shiraz). *Geographical Space*, 23(83), 1-23. **[In Persian]**
- Sajilan, S., & Kamarudin, H. S. (2013). Critical success factors of technopreneurship in the creative industries: A study of animation ventures. *Society of Interdisciplinary Business Research*, 2(1), 1-37.
- Saputra, D., Manongga, D., & Hendry, H. (2021). Animation as a creative industry: State of the art. 2021 IEEE 5th International Conference on Information Technology, Information Systems and Electrical Engineering (ICITISEE). <https://doi.org/10.1109/ICITISEE53823.2021.9655839>
- Sasongko, H. (2022). Indonesia animation IP industry life cycle barriers and expectations to grow national economic development. *Technium Social Sciences Journal*, 29, 241-258. <https://doi.org/10.47577/tssj.v29i1.5984>

- Shamei, M., Madhoshi, M., Aghajani, H., & Yahyazadeh Far, M. (2018). Explaining the intensity of factors affecting the monitoring of creative industries development using the DEMATEL method. *Management*, 12(1), 51-75. **[In Persian]**
- Tan, S. K., & Tan, S. H. (2023). A creative place-making framework-Story-creation for a sustainable development. *Sustainable Development*, 31(5), 3673-3691.
- Tether, B. (2021). R&D, design and innovation: Examining the links in the creative industries. *Social Science Research Network*. Retrieved from <https://ssrn.com/abstract=3959964>
- The Cong, P. (2019). Creative industries, investment trends and their impact on the economy and financial sectors: A study from Vietnam. *International Journal of Innovation, Creativity and Change*, 5(7), 31-49.
- Throsby, D. (2014). *The economics of cultural policy*. (S. Alaei, Trans.). Tehran: Sureh Mehr. **[In Persian]**
- Tupa, J. (2023). Sustainability of digital transformation. 6th European International Conference on Industrial Engineering and Operations Management. <http://dx.doi.org/10.46254/EU6.20230087>
- UNCTAD. (2018). Creative economy outlook trends in international trade in creative industries. United Nations.
- UNESCO-UIS. (2012). Measuring the economic contribution of cultural industries. UNESCO Institute for Statistics.
- United Nations. (2022). International year of creative economy for sustainable development. United Nations Conference on Trade and Development.
- Valdez-de-Leon, O. (2019). How to develop a digital ecosystem: A practical framework. *Technology Innovation Management Review*, 9(8), 43-54. <http://doi.org/10.22215/timreview/1260>
- Wei, P., Wang, Y., Pan, Z., Liao, H., & Zhou, X. (2020). Towards the convergence of green and digital transformation of creative and cultural industries: An exploratory bibliometric analysis for sustainable development. 2020 Management Science Informatization and Economic Innovation Development Conference (MSIEID). <http://dx.doi.org/10.1109/MSIEID52046.2020.00053>
- Wu, Y. Y. (2021). Consumption and marketing in the creative industries. 2021 IEEE International Conference on Social Sciences. <https://doi.org/10.1109/SSIM49526.2021.9555201>
- Zamana, F. (2021). Creative ecosystem framework: A case study of World Creativity Day. *Revista Ibero-Americana de Criatividade e Inovação*, 2(3), 134-150.



This work is licensed under a Creative Commons Attribution 4.0 International License.